

## Landgericht Amberg, Urteil v. 08.04.2019 - Az.: 41 HK O 932/18

### Leitsatz

**Teilnahmebedingungen bei Gewinnspiel müssen ausreichend transparent angegeben werden.**

### Tenor

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meldung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu einer Höhe von 250.000,00 € ersatzweise Ordnungshaft bis zur Dauer von 6 Monaten, zu unterlassen, zu Zwecken des Wettbewerbs mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel zu werben oder werben zu lassen ohne bereits bei dessen Ankündigung die Informationen zur Verfügung zu stellen, welche Beschränkungen des Teilnehmerkreises gegebenenfalls bestehen, wenn dies wie folgt in einem Werbeprospekt geschieht:
2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 220,00 € nebst Zinsen hieraus in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 5.10.2018 zu zahlen.
3. Von den Kosten des Rechtsstreits tragen der Kläger 2/3 und die Beklagte 1/3.
4. Das Urteil ist für den Kläger vorläufig vollstreckbar; hinsichtlich Ziffer 1 nur gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 30.000,00 €. Im Übrigen kann die Beklagte die Vollstreckung durch den Kläger durch Sicherheitsleistung in Höhe von 120 % des vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht der Kläger vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 120 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages leistet.

Für die Beklagte ist das Urteil gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 120 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages vorläufig vollstreckbar.

### Sachverhalt

Der Kläger ist ein im Vereinsregister des Amtsgerichts Düsseldorf eingetragener rechtsfähiger Verein, der satzungsgemäß unter anderem den Zweck verfolgt, die gewerblichen Interessen seiner Mitglieder zu fördern und durch Beteiligung an der Rechtsforschung, Aufklärung und Belehrung im Zusammenwirken mit den zuständigen Stellen der Rechtspflege den unlauteren Wettbewerb zu bekämpfen bzw. den lautereren Wettbewerb zu fördern. Er verfügt über die personelle, sachliche und finanzielle Ausstattung, seinen Satzungszweck zu verfolgen. Der Kläger hat über 5.000 direkte bzw. indirekte Mitglieder aus der Haushaltselektrogerätebranche, in der die Beklagte mit ihren Discountfilialen bundesweit ebenfalls tätig ist.

Die Beklagte bewarb mit der in den Tenor aufgenommenen ersten Seite des Werbeprospekts mit Gültigkeit 03.09. bis 08.09.2018 ein Gewinnspiel. Ab 20 € Einkaufswert und je weiterer 20 € Einkaufswert sollten die Kunden jeweils ein „Los mit doppelter Gewinnchance“ erhalten. Das Aufreißlos konnte Sofortgewinne beinhalten, die die Kunden beim Folgeeinkauf in den Filialen einlösen konnten. Ausgelobt wurden außerdem 4.444 Hauptgewinne. Für diese musste ein Code aus dem Aufreißlos auf der Internetseite der Beklagten eingegeben werden. Hierzu beinhaltete die Werbung einen Verweis auf die Internetseite ....

Im besagten Werbeprospekt war nicht angegeben, dass nur Personen ab 18 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland an dem Gewinnspiel teilnehmen konnten und nicht Mitarbeiter der Beklagten und der ....

Vorgerichtlich mahnte der Kläger die Beklagte mit Schreiben vom 17.09.2018 ab mit einer Zahlungsfrist für eine Kostenpauschale in Höhe von 220 € bis 04.10.2018. Dem entsprach die Beklagte nicht.

Eine Unkostenpauschale in Höhe von 184,87 € netto bzw. 220,00 € brutto entspricht unstreitig den Kosten, die einem Verband üblicherweise durchschnittlich für eine Abmahnung entstehen.

Der Kläger hält die Printwerbung für unlauter, weil die Einschränkung des Teilnehmerkreises dort nicht verlautbart ist. Denn es handle sich um überraschende Ausschlüsse, die angegebene Internetseite stelle keinen direkten Verweis auf die Teilnahmebedingungen dar und der angesprochene Verkehrskreis beziehe die angegebene Internetseite nicht auf Teilnahmebedingungen.

Mit Klageschriftsatz vom 18.10.2018 hat der Kläger als Klageantrag Nr. 1 zunächst angekündigt:

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zur einer Höhe von 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu einer Dauer von 6 Monaten, zu unterlassen, im Internet, in Werbeprospekten und/oder auf sonstigen Werbeträgern zu Zwecken des Wettbewerbs mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel zu werben oder werben zu lassen, ohne bereits bei dessen Ankündigung die Informationen zur Verfügung zu stellen, welche Beschränkungen des Teilnehmerkreises ggf. bestehen, wenn dies wie aus Anlage K 1 ersichtlich geschieht.

In der mündlichen Verhandlung vom 25.03.2019 beantragt der Kläger:

1.1.

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung vom Gericht festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu einer Höhe von 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu einer Dauer von 6 Monaten, zu unterlassen,

zu Zwecken des Wettbewerbs mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel zu werben oder werben zu lassen, ohne bereits bei dessen Ankündigung die Information zur Verfügung zu stellen, welche Beschränkungen des Teilnehmerkreises ggf. bestehen, wenn dies wie aus der Seite 1 der Anlage K 1 ersichtlich, geschieht.

2.

Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 220,00 € in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz seit dem 05.10.2018 zu zahlen.

3.

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte.

Die Beklagte beantragt:

1.

Die Klage wird abgewiesen.

2.

Der Kläger trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Die Beklagte behauptet, dass es bei den Sofortgewinnen de facto keine Beschränkungen gegeben habe. Diese seien ungeachtet etwaiger Beschränkungen an der Teilnahme ausgereicht worden.

Der ursprüngliche Klageantrag über die Printwerbung hinaus sei zu weit gefasst gewesen. Wegen der Teilklagerücknahme müsse der Kläger anteilig mit Kosten belastet werden.

Die Beklagte meint, nicht unlauter gehandelt zu haben. Es handle sich bei der Printwerbung um eine bloße Ankündigung mit Verweis auf eine Internetseite. So hätten die Verbraucher eine Kenntnismöglichkeit von den Teilnahmebedingungen vor einer etwaigen Teilnahme gehabt.

Das Gericht hat in der mündlichen Verhandlung vom 25.03.2019 keinen Beweis erhoben.

## **Entscheidungsgründe**

Die zulässige Klage ist im Umfang der zuletzt gestellten Anträge begründet.

I. Der Kläger kann von der Beklagten Unterlassung von Werbung - wie in den Tenor aufgenommen - gemäß §§ 3, 8 Abs. 1, 5 a Abs. 2 Abs. 4 UWG i.V.m. § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG verlangen.

Der Kläger ist nach § 8 Abs. 3 Nr. UWG aktivlegitimiert und klagebefugt. Die diesbezüglichen tatsächlichen Voraussetzungen sind unstrittig.

Der Kläger kann nach § 8 Abs. 1 UWG Unterlassung unzulässiger geschäftlicher Handlungen von der Beklagten verlangen. Unzulässig sind nach § 3 Abs. 1 UWG unlautere geschäftliche Handlungen. Gemäß § 5 a Abs. 2 UWG handelt unlauter, wer im konkreten Fall unter Berücksichtigung aller Umstände dem Verbraucher eine wesentliche Information vorenthält. Zu diesen wesentlichen Informationen zählen nach § 5 a Abs. 4 UWG auch die Informationen, die dem Verbraucher aufgrund unionsrechtlicher Verordnungen oder nach Rechtsvorschriften zur Umsetzung unionsrechtlicher Richtlinien für kommerzielle Kommunikation einschließlich Werbung und Marketing nicht vorenthalten werden dürfen. Um eine derartige Regelung handelt es sich bei § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG (vgl. Köhler/Bornkamm: UWG, 34. Auflage, § 5 a, Randnummer 5.26). Zwar betrifft § 6 TMG die kommerzielle Kommunikation über Telemedien; eine unterschiedliche Behandlung zu Printmedien ist aber nicht gerechtfertigt, so dass § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG insoweit analog anzuwenden ist (vgl. Köhler/Bornkamm: UWG, 34. Auflage, § 5 a, Randnummer 5.29). Demnach müssen entsprechend § 6 Abs. 1 Nr. 4 TMG bei Gewinnspielen mit Werbecharakter die Teilnahmebedingungen leicht zugänglich, klar und zweideutig angegeben werden.

Diesen Voraussetzungen genügt die streitgegenständliche Werbung der Beklagten nicht. Denn bei Gewinnspielen muss der Verbraucher Gelegenheit haben, sich vor seiner Teilnahmehandlung umfassend über die Teilnahmebedingungen zu informieren; unerwartete Beschränkungen oder sonstige überraschende Teilnahmebedingungen müssen stets schon unmittelbar in der Werbung offenbart werden (vgl. BGH, Urteil vom 09.07.2009, Az. I ZR 64/07, GRUR 2010, 158). Kann der Verbraucher aufgrund einer Werbung noch nicht ohne Weiteres an dem Gewinnspiel teilnehmen, reicht es aus, ihm unter Berücksichtigung der räumlichen und zeitlichen Beschränkungen des verwendeten Werbemediums diejenigen Informationen zu geben, für die bei ihm nach den Besonderheiten des Einzelfalls schon zum Zeitpunkt der Werbung ein aktuelles Aufklärungsbedürfnis besteht (vgl. BGH, Urteil vom 10.01.2008, Az. I ZR 196/05, GRUR 2008, 724). Zu derartigen Informationen gehören die Bedingungen der Teilnahmerechtigung. Die Beschränkung des Teilnahmerechts auf volljährige Gebietansässige, die nicht Mitarbeiter der Beklagten oder der ... sind, hätte in dem Werbeprospekt räumlich ohne Weiteres mit angegeben werden können. Es handelt sich zudem um Teilnahmebeschränkungen, die nicht ohne Weiteres auf der Hand liegen, mithin überraschend sind. Die in der Printwerbung angekündigten abgebildeten Preise stellen insbesondere Teilnahmeanreize auch für Minderjährige dar. Zu nennen sind hier neben dem Eis insbesondere das Fahrrad und das iPhone X. Nach der Fußzeile der Seite 1 des Werbeprospekts wird die Verlosung von verschiedensten Firmen unterstützt. Von der Teilnahmerechtigung ausgenommen sollen aber nicht alle Mitarbeiter aller unterstützenden Firmen sein, sondern nur die der Beklagten und der ... Der selektive Ausschluss stellt eine überraschende Klausel dar. Die Beschränkung des Teilnehmerkreises auf Personen mit Wohnsitz in Deutschland ist überraschend, weil sie sich nicht erschließt. Ein Sachgrund dafür, warum etwa Urlaubsreisende aus anderen Ländern während ihres Urlaubsaufenthalts in Deutschland nicht an dem Gewinnspiel teilnehmen dürfen sollen, liegen nicht erkennbar vor.

Schließlich sind die Teilnahmebedingungen den Verbrauchern nicht leicht zugänglich. Denn die angegebene Internetseite „“ verweist nicht auf Teilnahmebedingungen. Der

angesprochene Verkehrskreis bezieht die so bezeichnete Internetseite auch nicht auf Teilnahmebedingungen.

Nachdem bereits ein Wettbewerbsverstoß begangen worden ist, ist die vom § 8 Abs. 1 UWG vorausgesetzte Wiederholungsgefahr indiziert.

II. Der Kläger kann von der Beklagten die Bezahlung einer Unkostenpauschale in Höhe von Brutto 220,00 € nach § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG verlangen.

Nach den Ausführungen unter I. war die vorgerichtliche Abmahnung des Klägers vom 17.09.2018 im nun verurteilten Umfang berechtigt. Für eine Abmahnung im nun verurteilten Umfang waren zur Überzeugung der Kammer die geltend gemachten Kosten als Pauschale üblich und durchschnittlich, § 287 ZPO.

Der Zinsauspruch folgt aus § 288 Abs. 1 BGB.

III. Die Kostenentscheidung beruht auf §§ 92 Abs. 1 Satz 1 zweite Alternative, 269 Abs. 3 Satz 3 ZPO.

Der ursprünglich angekündigte Klageantrag umfasste neben der streitgegenständlichen Printwerbung auch das Internet und sonstige Werbeträger. Durch die teilweise Klagerücknahme hinsichtlich zweier Werbeträger war eine Kostenquotelung von 2/3 zu Lasten des Klägers und 1/3 zu Lasten der Beklagten veranlasst.

IV. Die Entscheidungen zur vorläufigen Vollstreckbarkeit beruhen hinsichtlich Nr. 1 des Tenors auf § 709 Satz 1 ZPO und hinsichtlich des Klägers im Übrigen auf §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO. Der Ausspruch zur vorläufigen Vollstreckbarkeit für die Beklagte beruht auf § 709 Sätze 1 und 2 ZPO.